

Perusahaan Kosmetik Berbahan Dasar Rumput Laut di Tengah Wabah Covid-19 (PT Rumah Rumput Laut, Kabupaten Bogor)

Cosmetic Companies Based On Seaweed in The Middle of The Covid-19 Outbreak (PT Rumah Rumput Laut, Bogor Districts)

Joko Ahadi Priyanto^{1*}, Sugeng Heri Suseno²

¹ Fasilitator Stasiun Lapang Agro Kreatif Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

² Departemen Teknologi Hasil Perairan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680

*Penulis Korespondensi: jokoahady@gmail.com

ABSTRAK

Rumah Rumput Laut (RRL) merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan produk kosmetik dari olahan rumput laut. Pengolahan rumput laut merupakan salah satu cara meningkatkan daya serap industri terhadap komoditas rumput laut yang masih rendah di Indonesia, khususnya produk non pangan. Lokasi perusahaan berada di Kabupaten Bogor. Di tengah pandemi wabah Covid-19 persaingan kosmetik akan terus terjadi. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan produk kosmetik berbahan dasar rumput laut, mengetahui mutu dan daya saing kosmetik berbahan dasar rumput laut dipasaran sebelum dan sesudah terjadi wabah Covid-19. Produk kosmetik dari PT Rumah Rumput Laut terbagi menjadi tiga kategori yaitu *mask, cream*, dan *pomade*. Metode Pengambilan data dilakukan dengan wawancara kepada pengelola perusahaan. Perusahaan ini masih produksi di tengah wabah Covid-19. Namun jumlah produksi dan penjualan mengalami penurunan di tengah wabah Covid-19 ini. Hal ini dilakukan agar *brand* dan kesejahteraan karyawan tetap terjaga.

Kata kunci: rumah rumput laut, produksi dan peneualan, wabah Covid-19

ABSTRACT

PT Rumah Rumput Laut (RRL) is one company that produces cosmetic products from processed seaweed. Seaweed processing is one way to increase the industry's absorption of seaweed commodities which is still low in Indonesia, especially non-food products. The location of the company is in Bogor Regency. In the midst of a pandemic of the Covid-19 epidemic, cosmetic competition will continue. The purpose of this research is to describe the cosmetic products made from seaweed, knowing the quality and competitiveness of cosmetics made from seaweed in the market before and after the Covid-19 outbreak. Cosmetic products from PT Rumah Rumput Laut are divided into three categories, namely *mask, cream*, and *pomade*. Data collection method is done by interviewing the company manager. The company is still producing amid the Covid-19 outbreak. However, the amount of production and sales decreased amid this Covid-19 outbreak. This is done so that the brand and employee welfare are maintained.

Keywords: Covid-19 Plague, seaweed souse, production and sale,

PENDAHULUAN

Maraknya kebiasaan perempuan dalam merias diri dan melakukan perawatan mendorong kenaikan permintaan produk kosmetik. Persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Menurut Maryanti (2016) kondisi seperti ini mengharuskan sebuah perusahaan agar lebih unggul dalam persaingan dalam mencapai tujuannya. Tujuan dari perusahaan bisa mencapai kemakmuran para pemegang saham dan memperoleh keuntungan yang optimal.

Industri kosmetik kita dapat meningkatkan perindustrian dengan baik. Menurut dari teknik pemasaran yang bagus, bahan baku yang baik dan berkualitas serta nama baik perusahaan yang perlu dijaga (Aprilianto 2016). Kosmetik sendiri telah menguasai dunia perdagangan sebanyak 5 %, sehingga peluang perusahaan kosmetik berlomba-lomba dalam menciptakan inovasi kosmetik yang baru dengan dengan tujuan menambah peminatnya (Shaputra 2013).

PT Rumah Rumput Laut merupakan salah satu unit usaha yang bergerak dibidang kosmetik yang berada di Desa Cihideung Ilir, Ciampea, Bogor. Unit usaha ini fokus pada pengolahan hasil perairan sebagai bahan baku dalam pembuatan kosmetik tersebut. Berasal dari namanya PT Rumah Rumput Laut, perusahaan ini memanfaatkan rumput laut sebagai diversifikasi kosmetik. Perusahaan ini terbentuk pada tanggal 7 September 2017. Terbentuknya perusahaan ini diawali dengan empat jenis produknya yaitu minyak rambut, masker, *cream*, dan *lipbalm*. Banyaknya pemburu kosmetik dinegeri ini, maka ada saja kecurangan kosmetik yang dibuat oleh produsennya seperti bahan baku yang tidak aman untuk dipakai dan beberapa kemasan yang tidak aman digunakan. Seiring dengan perkembangan informasi dan teknologi para konsumen kosmetik khususnya juga paham dan bijak dalam pemilihan kosmetik dipasaran. Kosmetik yang baik adalah kosmetik yang tidak mengandung bahan kimia berbahaya bagi kesehatan kulit atau kesehatan tubuh lainnya (Hestyani *et al.* 2017). Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan perusahaan *star up* kosmetik dengan bahan dasar rumput laut, mengetahui jenis produk, jumlah penjualan dan daya saing kosmetik berbahan dasar rumput laut dipasaran pada saat terjadi wabah Covid-19.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan dilakukan di PT Rumah Rumput Laut, Cihideung Ilir, Ciampe, Bogor. Penelitian dilakukan pada tanggal 18 April-21 April 2020. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara wawancara kepada pengelola perusahaan. Sedangkan pengumpulan data skunder dilakukan dengan menganalisis data produksi dan penjualan perusahaan setiap bulan dan setiap tahunnya. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan memberikan gambaran mengenai karakteristik produk kosmetik serta informasi produksi dan penjualan produk. Keseluruhan data yang diperoleh disajikan dalam bentuk paragraf dan tabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis PT Rumah Rumput Laut ini merupakan perusahaan kosmetik yang inovatif. Hal ini didukung dengan beberapa inovasi yang diciptakannya. Semua produk kosmetik yang dihasilkan berasal dari rumput laut. Sebuah terobosan terkini dalam memanfaatkan hasil laut dan membuka banyak lapangan pekerjaan dalam rantai produksinya. Produk kosmetik yang diciptakan sangat beragam dan memiliki daya saing tinggi serta mutu yang sangat terjamin (Huzaimi 2019). Mengacu pada data Kementerian Kelautan dan Perikanan tahun 2013-2017, potensi rumput laut di Indonesia mengalami tren positif dalam segi produktifitasnya. Produksi rumput laut pada tahun 2013 hingga tahun 2015 terus mengalami peningkatan, namun pada tahun 2016 hingga tahun 2017 mengalami penurunan. Angka produksi perikanan budi daya di Indonesia berdasarkan jenis komoditasnya pada tahun 2013-2017 disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1 Angka produksi perikanan budidaya tahun 2013-2017 di Indonesia

Komoditas	Produksi (Ton)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Rumput laut	9.298.474	10.076.992	11 269 342	11 050 301	10 547 553
Nila	914 778	999 695	1 084 281	1 114 156	1 280 099
Lele	543 774	679 379	719 619	764 797	1 125 526
Udang	645 955	639 369	607 152	692 568	919 987
Bandeng	627 333	631 125	672 196	747 445	701 434
Patin	410 883	418 002	339 069	392 918	319 967
Ikan mas	412 703	434 653	461 546	497 208	316 648
Ikan gurame	94 605	118 776	113 407	132 334	234 904
lainnya	326 801	324 347	384 195	591 197	590 248

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa produksi komoditas rumput laut menduduki tingkat paling banyak di setiap tahunnya. Hal ini menjadikan peluang bagi sektor pangan dan juga kosmetik. salah satu perusahaan yaitu PT Rumah Rumput Laut telah memanfaatkan peluang ini. PT Rumah Rumput Laut menerapkan penanganan dan pengolahan pascapanen serta mengangkat nilai tambah dari rumput laut sebagai bahan dasar pembuatan kosmetik. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Kemenperin tahun 2018 yang menyebutkan bahwa pertumbuhan industri kosmetik nasional terus mengalami pertumbuhan sebesar 20 persen pada tahun 2017. Berkaitan dengan permintaan pasar yang tinggi akan produk kecantikan dan kosmetik lainnya menjadi acuan semangat dari PT Rumah Rumput Laut dalam mengolah rumput laut menjadi produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi dengan menghasilkan produk kosmetik dengan inovasi berbahan baku rumput laut.

Pengadaan Bahan Baku

Proses pembuatan produk kosmetik di PT Rumah Rumput Laut memerlukan bahan baku utama yaitu rumput laut. Rumput laut yang digunakan dalam proses produksi yaitu jenis *Eucheuma cottonii*. Bahan baku yang digunakan oleh perusahaan ini bervariasi dengan kisaran 15 kilogram untuk tujuh jenis produk olahan kosmetik. Bahan baku rumput laut diperoleh dari lontar dan anyer provinsi Banten. Rumput laut dibeli oleh perusahaan dalam keadaan kering dengan harga Rp 25000 per kilogram. Rumput laut dikirim menggunakan mode transportasi darat dalam keadaan kering. Rata-rata pengiriman yang dilakukan oleh petani rumput laut ke perusahaan yaitu 30-40 kilogram. Pengiriman dilakukan sebanyak empat kali dalam setahun. Pengiriman dalam jumlah besar akan

menguntungkan perusahaan dalam segi menekan biaya pengiriman (Huzaimi 2019). Total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membeli bahan baku rumput laut yaitu Rp 150000 per tahunnya. Jika ditarget dalam satu bulan perusahaan menghabiskan sebanyak 15 kilogram rumput laut kring sebagai bahan baku pembuatan tujuh produk kosmetik.

Bahan baku yang belum diolah disimpan dalam kotak penyimpanan untuk produksi di bulan berikutnya. Penyimpanan bahan baku rumput laut yang belum diolah tidak lebih dari empat bulan, hal ini di khawatirkan tumbuhnya jamur dan akan mengalami kerusakan. Penanganan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengatasi masalah ini yaitu dengan menjemur kembali rumput laut yang telah disimpan untuk menjaga kualitas apabila proses produksi terhambat. Upaya yang dilakukan dalam menjaga kualitas rumput laut dan memperpanjang umur penyimpanan sesuai dengan pernyataan Andriawan (2018) yaitu proses pengeringan dapat mencegah fermentasi dan pembusukan serta proses enzimatis pada komponen rumput laut, sehingga umur simpan lebih panjang dan penurunan kualitasnya dapat diperlambat. Analisis dari perusahaan terkait masalah tersebut mengharuskan untuk melakukan perubahan jumlah produksi untuk setiap minggunya di tahun 2018. Jumlah produksi kosmetik per minggu setiap bulannya pada tahun 2018 disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Jumlah produksi kosmetik PT Rumah Rumput Laut per minggu setiap bulannya pada tahun 2018

No	Jenis Produk	Jumlah produksi (Pack)			
		Minggu-1	Minggu-2	Minggu-3	Minggu-4
1	<i>Seaweed Blackmask</i>	160	80	160	-
2	<i>Seaweed Honeymask</i>	160	80	160	-
3	<i>Seaweed Aloemask</i>	160	80	160	-
4	<i>Seaweed Supercream</i>	66	66	66	-
5	<i>Seaweed Hand & body Lotion</i>	100	50	50	-
6	<i>Seaweed Lipbalm</i>	65	-	40	-
7	<i>Seaweed Pomade 40 gr</i>	35	30	30	-
8	<i>Seaweed Pomade 85 gr</i>	40	30	30	-

Jumlah produksi pada minggu keempat dihentikan karena dari produksi minggu-3 dan minggu sebelumnya beberapa belum terjual, sehingga tidak menutup kemungkinan pada minggu ke empat fokus pada pemasaran produk agar dapat dilakukan produksi pada bulan berikutnya. Evaluasi dari perusahaan ini yaitu pada pemasaran produk kosmetiknya.

Seaweed blackmask merupakan produk kosmetik sejenis masker wajah pada umumnya, memiliki warna hitam dan tekstur kental. Cara penggunaannya yaitu dengan cara mengoleskan *seaweed blackmask* pada area wajah. Penggunaan masker bertujuan mengangkat komedo serta mencerahkan kulit. Pengaplikasian masker ini yaitu dioles kemudian didiamkan selama kurang lebih 10-15 menit kemudian masker akan mengeras dan sudah dapat dilepaskan. Masker ini merupakan jenis masker peel of *mask*, jadi mempermudah untuk pembersihannya. Jika ingin mendapatkan hasil yang lebih baik wajah dapat dibilas dengan air setelah dilakukan pencopotan maskernya.

Sama halnya dengan *seaweed honeymask*, masker yang ditambahkan madu sebagai bahan untuk mencegah jerawat dan meningkatkan kesehatan kulit. Umah dan Herdanti (2017) menjelaskan bahwa madu memiliki khasiat sebagai antibakteri. Selain itu madu memiliki antioksidan alami yang berperan membunuh bakteri dan kuman penyebab jerawat dan gatal. Madu memiliki sifat osmotik sehingga mampu membersihkan luka dan menyerap air pada luka dengan melepaskan hidrogen peroksida yang berfungsi mengeringkan luka jerawat. Penambahan madu pada *seaweedmask* menjadi pilihan utama perusahaan ini. Cara penggunaannya sama halnya dengan *seaweed blackmask*.

Seaweed alomask merupakan masker berbahan dasar rumput laut dengan penambahan alovera atau lidah buaya sebagai antimikroba sehingga dapat membunuh bakteri penyebab jerawat. Istianah *et al.* (2012) menyebutkan bahwa lidah buaya memiliki kandungan glukomannan dan saponin yang berperan sebagai antimikroba dan mampu menyembuhkan luka. Kandungan tanin pada lidah buaya mampu mempresipitasi protein sehingga mampu membunuh bakteri.

Seaweed supercream, *lipbalm*, dan *hand body lotion* merupakan produk kosmetik dari rumput laut yang berfungsi sebagai pelembab kulit. Rumput laut memiliki kandungan gel yang baik untuk melembabkan kulit kering serta kandungna antioksidan yang dapat menunda penuaan atau mampu meregenrasi kulit mati. Novo dan Parola (2008) menjelaskan bahwa radikal bebas seperti anion peroksida dan hidrogen peroksida merupakan jenis radikal bebas yang mengandung oksigen dan dikenal dengan ROS (*Reactive Oxygen Species*). Radikal ini dapat menyebabkan peroksidasi pada membran sel dan kerusakan sel. Kerusakan sel dapat memicu penuaan dan inflamasi, oleh karena itu rumput laut memiliki aktivitas antioksidan yang tinggi sehingga mampu mencegah kerusakan sel tersebut dengan kandungan pigmen fukosantin undaria pinnatifida yang mampu menetralkan radikal bebas 13.5 kali lebih tinggi dari alfatokoferol.

Pomade menurut Aulisari *et al.* (2018) yaitu suatu sediaan kosmetik yang masuk ke dalam kategori wax based *cream* yang diminati pria untuk membuat penampilan rambut yang rapi. *Seaweed* pomade merupakan jenis *wax based* yang terbuat dari bahan alami rumput laut. Pembuatan pomade rumput laut ini menggunakan jenis rumput laut coklat. Rumput laut coklat menurut Kadi (2014) mengandung alginat. Kandungan koloid paling utamanya adalah algin (asan alginik). Garam alginat tidak larut dalam air, tetapi larut dalam larutan alkali. Selain algin, koloid yang diekstrak dari rumput laut coklat juga mengandung vitamin c, tannin, iodine, dan fenol sebagai obat gondok dan antibakteri. Rumput laut coklat dalam dunia industri banyak digunakan sebagai bahan pembuat kapsul obat, tablet, salep, *cream*, emulsifier, sampo, pomade, *body lotion*, cat rambut dan stabilizer (Chapman 1950).

Pemasaran

Produk dipasarkan dan dijual secara langsung kepada konsumen. Media promosi yang dilakukan perusahaan yaitu melalui sosial media dan *e-commerce*. Penjualan yang memiliki proporsi tertinggi yaitu sekitar 65 persen pada sosial media dan *e-commerce*, 15 persen pada distributor, 10 persen dari *reseller*, dan 10 persen dari *dropshipper*. PT Rumah Rumput Laut setiap tahunnya mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp 13.700.000. Penelitian ini terfokus pada biaya pemasaran dengan penjualan produk yang paling besar terjual. Produk tersebut diantaranya adalah *seaweed blackmask* 16.88 persen, *seaweed supercream* 20.48 persen dan *seaweed hand & body lotion* 12.66 persen. Teknik pemasaran yang dilakukan oleh PT Rumah Rumput Laut diantaranya yaitu sosial media, bazar, sponsorship, dan endorsement. Biaya pemasaran terbesar yaitu bazar, karena perusahaan ini mengikuti kegiatan bazar rutin setiap bulannya dengan biaya Rp 500.000. Bentuk pemasaran dengan teknik sponsorship yaitu bentuk pemasaran dimana perusahaan bekerjasama dengan beberapa kegiatan yang melibatkan banyak orang, sehingga dengan mudah perusahaan memamerkan serta menjual barang tersebut dan perusahaan memberikan dana atau materi untuk kegiatan tersebut sehingga terjalin hubungan yang saling menguntungkan (Huzaimi 2019).

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan menurut Maryanti (2016) yaitu kenaikan atau penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada laporan laba-rugi perusahaan. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan baik dapat dinyatakan bahwa terjadi peningkatan keuntungan dari tahun ke tahun berikutnya dan begitu sebaliknya. Menurut Rudianto (2009) pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan. Volume penjualan produk kosmetik PT Rumah Rumput Laut tahun 2017-2019 disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 volume penjualan kosmetik PT Rumah Rumput Laut tahun 2017-2019

No	Jenis Produk	Jumlah yang terjual		
		2017	2018	2019
1	<i>Seaweed Blackmask</i>	1050	4080	960
2	<i>Seaweed Honeymask</i>	-	3540	780
3	<i>Seaweed Aloemask</i>	-	3480	768
4	<i>Seaweed Supercream</i>	440	1980	450
5	<i>Seaweed Hand & body Lotion</i>	-	2040	480
6	<i>Seaweed Lipbalm</i>	245	672	-
7	<i>Seaweed Pomade 40 gr</i>	220	720	120
8	<i>Seaweed Pomade 85 gr</i>	150	420	90

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa penjualan permintaan terbanyak pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 yaitu *Seaweed Blackmask*. Tahun 2017 terdapat tiga produk yang belum dipasarkan karena masih dalam proses analisis uji dan belum diproduksi dalam skala besar. Tahun 2018 untuk semua produk kosmetik dari PT Rumah Rumput Laut mengalami peningkatan volume penjualan. Namun, pada tahun 2019 terdapat satu produk yaitu *Seaweed Lipbalm* yang tidak ada volume penjualannya. Hal ini dikarenakan adanya formulasi yang kurang tepat sehingga diberhentikan untuk sementara hingga menemukan formulasi yang tepat dan dapat besaing dengan produk *lipbalm* lainnya.

Dampak wabah Covid-19 pada produksi dan penjualan produk kosmetik PT Rumah Rumput Laut

Wabah Covid-19 yang menyebar luas di Indonesia di akhir tahun 2019 ini menyebabkan beberapa industri lumpuh dan menghentikan proses produksinya. Berbeda dengan PT Rumah Rumput Laut yang terus melakukan produksinya untuk meningkatkan produktivitasnya dan menjaga kondisi keuangannya. Perusahaan pemula yang bergerak di bidang kosmetik ini memiliki 7 karyawan yang terdiri atas karyawan operasional, produksi, kebersihan serta beberapa direktur perusahaan yang bertanggung jawab pada setiap kerjanya seperti direktur pemasaran, direktur operasional, dan direktur administrasi dan keuangan. Melihat keadaan perusahaan yang mulai berkembang di akhir 2019 ini sulit untuk menutup dan menghentikan proses produksinya, disamping memikirkan nasib karyawannya nanti apabila dihentikan sementara. Kebijakan dari perusahaan ini mengurangi jumlah produksi dan fokus terhadap pemasaran produk di tengah wabah Covid-19 ini. Jumlah produksi dan penjualan tidak lagi sebanyak tahun-tahun sebelumnya. Data produksi dan penjualan produk kosmetik PT Rumah Rumput Laut ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Jumlah produksi dan penjualan kosmetik di tengah wabah Covid-19 pada tahun 2020

No	Nama produk	Jumlah produksi (Pcs)			Jumlah penjualan (Pcs)		
		Jan	Feb	Mar	Jan	Feb	Mar
1	<i>Seaweed Black Mask</i>	100	60	40	103	60	21
2	<i>Seaweed Aloe Mask</i>	80	50	40	25	67	7
3	<i>Seaweed Honey Mask</i>	40	40	30	25	59	6
4	<i>Seaweed Hand & body Lotion</i>	20	10	10	-	5	-
5	<i>Seaweed Super Cream</i>	30	25	20	22	19	14
6	<i>Seaweed Lip Balm</i>	20	-	-	-	-	-
7	<i>Seaweed Pomade</i>	30	10	-	-	5	-
Total (Pcs)		230	195	140	175	215	48
Pendapatan (Rp)					1.898.000	2.357.250	878.000

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah produksi semakin menurun dari bulan Januari hingga Maret 2020. Hal ini merupakan kebijakan dari pemilik perusahaan untuk mengurangi jumlah produksi melihat jumlah penjualan yang tidak stabil. Diketahui bahwa penjualan pada bulan Februari mengalami peningkatan. Hal ini diduga adanya keinginan konsumen untuk menyimpannya dan digunakan di waktu yang akan datang, mengingat keadaan wabah Covid-19 yang semakin berbahaya. Menurut Buana (2020) masih banyaknya masyarakat Indonesia yang tidak mematuhi himbauan pemerintah untuk menanggulangi wabah virus ini, hal ini diakibatkan oleh salah satu konsep dalam psikologi yang dinamakan bias kognitif atau kesalahan dalam berfikir yang mempengaruhi keputusan dan penilaian yang dibuat seseorang.

Rata-rata penjualan produk didominasi oleh penjual reseller. Penjualan ini lebih, dalam ilmu manajemen termasuk strategi distribusi tidak langsung (indirect). Distribusi tidak langsung menurut Hasanah (2019) yaitu proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen melalui perantara yang dilakukan oleh agen, makelar, atau reseller. Keuntungan dari reseller yaitu tidak mendapatkan upah dari produsen, melainkan mendapatkan upah melalui harga khusus yang diterapkan oleh reseller itu sendiri. Reseller dan produsen sama-sama memiliki keuntungan meski tidak terjadi ikatan resmi yang terjalin oleh kedua pihak.

SIMPULAN

PT Rumah Rumput Laut merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik dengan memanfaatkan rumput laut sebagai bahan baku utamanya. Terdapat tiga kategori produk dari produsen ini yaitu *seaweed mask*, *seaweed cream*, dan *pomade*. Ketiga kategori ini memiliki turunan masing-masing. *Seaweed mas* terdiri atas *seaweed black mask*, *seaweed honey mask*, dan *seaweed aloe mask*. *Seaweed cream* terbagi menjadi *seaweed supercream*, *seaweed hand & body*, dan *seaweed lipbalm*. *Pomade* sendiri memiliki berbagai varian aroma.

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang sedang berkembang dan mengedepankan mutu serta inovasi terbaru dengan mengangkat hasil perikanan yaitu rumput laut sebagai bahan baku kosmetik. Perusahaan ini mengunggulkan bahan baku rumput laut sebagai bentuk persaingan di pasaran. Perlu diketahui bahwa rumput laut memiliki berbagai bahan aktif yang mempunyai banyak kegunaan bagi kesehatan tubuh. PT Rumah Rumput Laut masih melakukan proses produksi dan penjualan ditengah wabah Covid-19. Hal ini dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dan perkembangan perusahaan serta mementingkan kesejahteraan karyawannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada PT Rumah Rumput Laut yang mendukung penulisan karya tulis ini. Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah mendanai dan memfasilitasi kegiatan ini. Terima kasih kepada Kepala Desa serta seluruh perangkat Desa Cihideung Ilir yang telah memberikan informasi terkini terkait keadaan desa selama wabah Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriawan NK. 2018. Rancangan bangun sistem pengeringan rumput laut berbasis arduino uno di Kabupaten Takalar. [skripsi]. Makassar (ID): Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Aprilianto R. 2016. Product experience, outcome focus, moments of truth, peace of mind pengaruhnya terhadap customer satisfaction dan customer loyalty skin care Erha Clinic Surabaya. [Doctoral dissertation]. Surabaya (ID), Widya Mandala Catholic University.
- Auliasari N, Akmal A, Efendi C. 2013. Formulation and physical stability test of pomade contain olive oil (*Olea europaea*). *Jurnal Ilmiah Farmako Bahari*. 9(2): 45-56.
- Buana DR. 2020. Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus
- Chapman, V.G. 1950. *Seaweeds and their used: Methuen and Co.* Ltd New York : 161pp
- Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*. 7(3): 1-14.
- Hasana N. 2019. Analisis Mekanisme Dropshipper dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya. [skripsi]. Surabaya (ID): Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Hestyani, Dwi A, Sri RTA. 2017. Analisis pengaruh celebrity endorser, daya tarik iklan, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan brand image sebagai variabel intervening (studi pada konsumen yang menggunakan masker wajah mustika ratu di Kota Semarang). [disertasi]. Semarang (ID): Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Huzaimi F. 2019. Analisis nilai tambah profitabilitas produk rumput laut (Kasus: PT Rumah Rumput Laut, Kabupaten Bogor). [skripsi]. Bogor (ID): Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Istianah, Mutia , Putra, Mahadi S , Retnowati, Susetyo D . 2012. Isolasi Mannan Dari Daun Lidah Buaya (*Aloe Vera*) dengan proses ekstraksi sebagai bahan dasar pembuatan edible coating berbasis polisakarida. *Jurnal Teknologi Kimia Dan Industri*. 1(1)
- Kadi A. 2014. Rumput laut sebagai produk alam dari Perairan Indonesia. *Oseana*. 39(3):31-40.
- Maryanti E. 2016. Analisis profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan dan struktur aktiva terhadap struktur modal pada perusahaan sektor industri

- barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. 1(2): 143-151.
- Novo, E., & Parola, M. (2008). Redox mechanisms in hepatic chronic wound healing and fibrogenesis. *Fibrogenesis Tissue Repair*, 1(1), 5. doi: 10.1186/1755-1536-1-5.
- Rudianto. (2009). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta (ID): Grasindo.
- Shaputra RK. 2013. Penerapan Green Marketing Pada Bisnis Produk Kosmetik. *Jurnal Jibeka*. 7(3): 47-53.
- Umah K, Herdanti O. 2107. Masker madu berpengaruh pada penyembuhan *Acne vulgaris*. *Journals of Ners Community*. 8(2):179-187.